

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner saat ini merupakan jenis wisata yang berdampak besar bagi perkembangan sebuah daerah. Oleh karena itu, banyak sekali bermunculan rumah makan maupun *cafe* agar menarik para wisatawan datang. *Coffee shop* saat ini sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Banyak masyarakat saat ini lebih memilih menikmati kopi di kedai kopi atau *Coffee shop* secara langsung. Menikmati kopi di *Coffee shop* secara langsung sudah menjadi gaya hidup masyarakat masa kini. *Coffee shop* ini tidak hanya menjual kopi saja tetapi juga ada teh dan makanan ringan sebagai pelengkapnya. Kini terjadi transformasi dalam penggunaan *Coffee shop* yang tidak hanya untuk sekedar minum kopi tapi juga sebagai bagian dari gaya hidup, dimana *Coffee shop* menjadi tempat berkumpul yang banyak diminati, bahkan *Coffee shop* menjadi identitas eksistensi dan simbol ketenaran dalam dunia bisnis.

Kondisi ini menuntut setiap bisnis kuliner untuk bisa memberikan kepuasan pada konsumen. Hal ini dilakukan agar pelaku bisnis dapat mempertahankan bisnisnya secara berkesinambungan dengan bisnis kuliner lain yang berkecimpung dalam bidang yang sama. Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam mewujudkan keberlanjutan sebuah usaha. Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan daripada terus menerus menarik konsumen baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Bisnis kuliner yang ingin berkembang dan mendapatkan kepuasan dari konsumennya harus dapat memberikan nilai yang lebih terhadap berbagai kualitas kepada konsumen dengan terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara pelaku bisnis dan konsumennya menjadi harmonis. Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam mewujudkan keberlanjutan sebuah usaha. Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan daripada terus menerus menarik konsumen baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi.

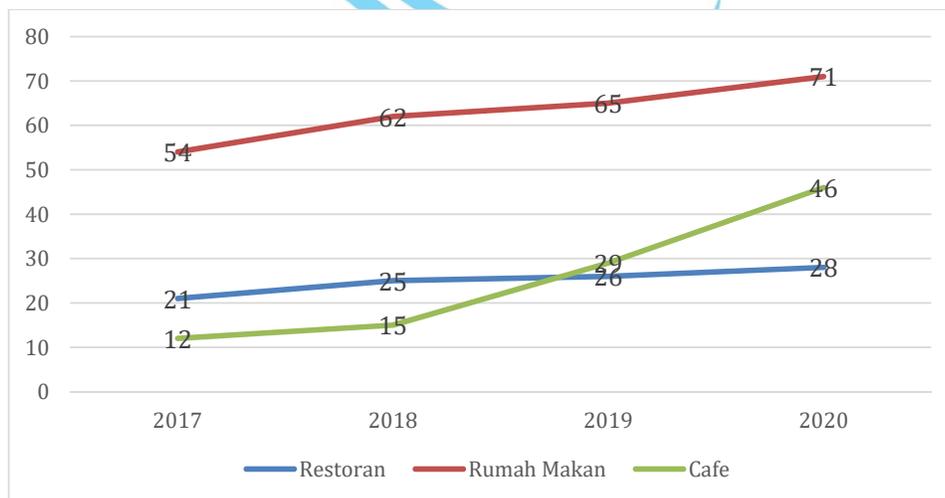
Kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang baik merupakan aspek yang harus diperhatikan. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak yang positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas bisnis kuliner yang memberikan kepuasan tersebut. Jika konsumen telah memiliki perasaan puas akan pelayanan yang diberikan, kemungkinan konsumen tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal terhadap bisnis kuliner dan dimungkinkan tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain. Mempertahankan pelanggan yang ada melalui pengembangan kualitas pelayanan merupakan salah satu tujuan bisnis kuliner untuk mempertahankan bisnis dan profit mereka. Upaya bisnis kuliner dalam menjalankan tujuan bisnis kuliner tersebut dapat dilakukan melalui beberapa cara yaitu dari segi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan suasana toko (*store atmosphere*) yang baik dapat membuat nyaman dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta sikap ramah terhadap pelanggan. Selain kualitas pelayanan yang menjadikan pertimbangan bagi konsumen, faktor penting yang menjadi pilihan konsumen adalah suasana toko (*store atmosphere*). Suasana yang nyaman akan menjadi bahan pertimbangan sendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang dan menikmati pelayanan yang disediakan oleh bisnis kuliner. Suasana toko (*store atmosphere*) merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh suatu bisnis kuliner dalam menciptakan kepuasan konsumennya. Dengan adanya suasana toko (*store atmosphere*) yang baik, suatu bisnis kuliner dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Maka dari itu suasana toko (*store atmosphere*) berperan penting dalam memikat pelanggan.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam daya tarik bisnis kuliner adalah provinsi Jawa Barat. Jawa Barat memiliki peluang besar untuk mengembangkan dan memajukan sektor industri kuliner karena memiliki potensi kuliner yang khas dari masing-masing daerah. Mengelola dan mengembangkan potensi bisnis kuliner serta melakukan pemasaran yang baik adalah salah satu cara untuk mempertahankan eksistensi di bidang bisnis kuliner. Di Provinsi Jawa Barat ada salah satu kabupaten yang cukup diketahui orang-orang dengan sebutan Lumbung Padi yaitu Kabupaten Karawang.

Kabupaten karawang yang merupakan bagian dari wilayah Provinsi Jawa Barat dengan luas wilayah sebesar 1.753 km² dengan jumlah penduduk 2.370.488 jiwa pada tahun 2020 dengan mayoritas penduduknya adalah suku sunda. Kabupaten Karawang juga dikenal sebagai Kota Industri dan lapangan kerja. Selain itu, seiring dengan majunya pembangunan di Kabupaten Karawang diantaranya banyaknya pembangunan pabrik-pabrik Industri, Mall-Mall besar, Hotel, *Cafe* dan Restoran yang ada di Kabupaten Karawang menjadikan banyaknya para pendatang yang mencoba mencari peruntungan nasib untuk bekerja di Kabupaten Karawang, ditambah lagi dengan banyaknya pelancong yang datang ke Kabupaten Karawang yang hanya sekedar berkunjung untuk menikmati suasana baru. Hal ini lah yang menjadi salah satu pertimbangan banyaknya para pelaku bisnis yang membuka usaha *Coffe shop* salah satunya adalah Dali Coffee Factory Karawang. Dali Coffee Factory Karawang mempunyai beberapa menu terlebih dengan beberapa ragam aneka coffee yang di tawarkan kepada konsumen, selain itu Dali Coffee Factory Karawang juga mempunyai menu makanan ringan dan juga *dessert* yang cocok untuk berkumpul dengan keluarga, sahabat dan rekan kerja. Untuk sekedar menemani obrolan ringan atau bahkan makan bersama.

Berikut ini gambar 1.1 yang menggambarkan perkembangan cafe, restoran, dan rumah makan di Kota Karawang.



Gambar 1.1

Data Usaha Kuliner di Kabupaten Karawang

Sumber: Karawangkab.go.id, 2021

Berdasarkan gambar 1.1 jumlah rumah makan yang ada di Kabupaten Karawang lebih tinggi dibandingkan restoran, dan *cafe*. Jumlah tersebut akan terus bertambah karena saat ini banyak pembuatan bangunan baru yang nantinya akan dijadikan restoran, rumah makan maupun *cafe*. Fenomena ini dapat terlihat dari banyaknya *Coffee shop* di Karawang yang menjadikan persaingan bisnis kuliner semakin ketat. Persaingan diantara pelaku bisnis kuliner dituntut untuk memenuhi setiap kebutuhan konsumen dan dapat menarik perhatian konsumen agar dapat menggunakan produknya. Pertumbuhan *Coffee shop* merupakan pertumbuhan jenis industri di Kota Karawang yang cukup tinggi sehingga *Coffee shop* sering dijadikan tempat untuk sekedar berkumpul dengan teman atau keluarga. *Coffee shop* juga merupakan tempat dimana seseorang bisa minum-minum, tidak hanya minuman kopi tetapi juga yang lainnya seperti makanan ringan maupun makanan berat. Saat ini sudah semakin banyak produsen *Coffee shop* yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut membuat pengusaha *Coffee shop* harus berfikir lebih keras supaya dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pada saat ini banyak sekali konsumen yang menghabiskan waktunya di *Coffee shop*, adapun salah satu *Coffee shop* yang cukup dikenal Kota Karawang dengan karakteristik sendiri dari mulai suasana, interior, eksterior sampai makanan dan minumannya. Berikut pada tabel 1.1 dapat dilihat daftar *Coffee shop* yang cukup dikenal di Kota Karawang.

Tabel 1.1

Daftar *Coffee shop* di Kabupaten Karawang

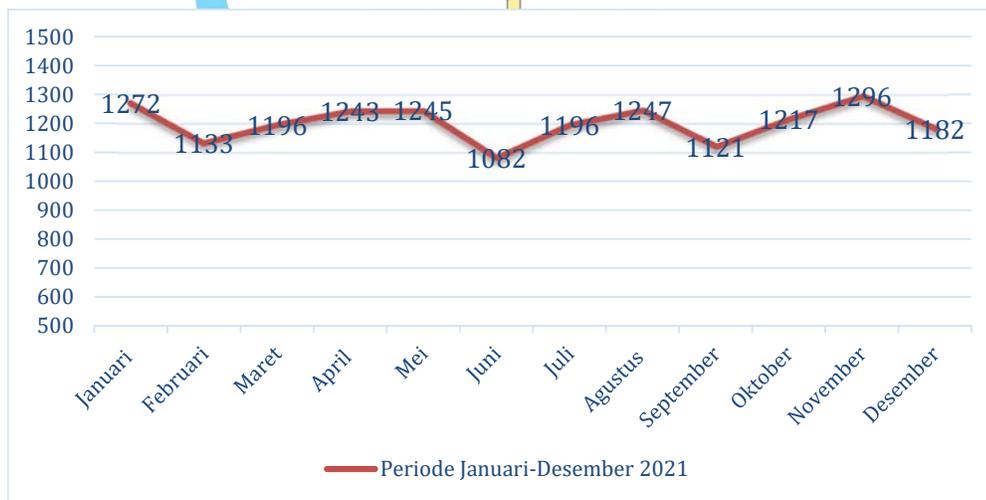
No	Nama <i>Coffee shop</i>	Alamat
1.	Dali Coffee Factory	Jl. Kp. Baru Timur, Cikampek, Karawang
2.	Brewben Coffee House	Jl. Akses Tol Karawang Barat, Sukamakmur, Karawang
3.	26 Coffee	Jl. Paledang Tengah No. 63, Karawang Kulon, Karawang
4.	Kerta Coffee Roastery	Jl. Singaperbangsa No. 18, Nagasari, Karawang
5.	La Madre Coffee & Roastery	Jl. Jati Baru No. 85, Sukaharja, Karawang
6.	Kopi Kenangan	Jl. Resinda Raya No. 2, Purwadana, Karawang
7.	Jihan Coffee Shop	Jl. Malabar No.107, Tanjungpura, Karawang

Tabel 1.1 (Lanjutan)
Daftar *Coffee shop* di Kabupaten Karawang

No	Nama <i>Coffee shop</i>	Alamat
8.	Kong Djie Coffee	Jl. Dharmawangsa II Blok B07, Sukamakmur, Karawang
9.	XO Coffee & Drinks	Jl. Moh Sudiawan Gonggo, Jatirasa, Karawang
10.	Kelingan Coffee	Jl. Pandu 219-223, Sukaluyu, Karawang

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 diatas ada 10 *Coffee shop* yang cukup dikenal di Kota Karawang, salah satunya Dali Coffee Factory yang merupakan *Coffee shop* yang menyajikan beberapa menu seperti makanan, minuman dan dapat dikatakan tempat yang ramai untuk diminati sebelum munculnya beberapa *Coffee shop* yang ada di Kabupaten Karawang. Dali Coffee Factory di bangun pada Bulan Juni Tahun 2020, diresmikan oleh Pak Agus Muslimin sebagai owner Dali Coffee Factory. Berikut ini data jumlah pengunjung Dali Coffee Factory Karawang pada tahun 2021.



Gambar 1.2
Kunjungan Konsumen Dali Coffee Factory Karawang

Sumber: Dali Coffee Factory, 2022

Berdasarkan hasil survei data tahun 2021 yang didapatkan oleh penulis dilapangan yang ditunjukkan pada gambar 1.2 yaitu adanya penurunan kunjungan konsumen pada bulan Juni sebanyak 1082 pengunjung dibandingkan bulan Januari yang mencapai 1272 pengunjung. Meskipun tingkat kunjungan dari bulan Juli sampai Desember terus mengalami kenaikan, namun tidak menunjukkan kenaikan

yang signifikan. Pihak Dali Coffee Factory mengharapkan dan menargetkan adanya tingkat kunjungan konsumen di Dali Coffee Factory harus selalu mengalami kenaikan yang signifikan dari setiap bulannya guna mencapai omset yang optimal.

Kepuasan pelanggan mampu meningkatkan pertumbuhan konsumen serta dapat memberikan hasil yang positif bagi bisnis kuliner. Kepuasan pelanggan merupakan suatu bentuk proses evaluasi setelah melakukan pembelian, jika pelanggan merasa puas tentunya dapat menimbulkan loyalitas pada pelanggan, sebab itu kepuasan pelanggan menjadi suatu yang sangat penting untuk suatu usaha (Satrya dan Telagawathi, 2021). Maka dari itu pihak pengelola Dali Coffee Factory harus melakukan evaluasi agar dapat memenuhi keinginan dan harapan dari konsumen, yang pada akhirnya akan memberikan rasa puas dan percaya untuk tetap menjadi pelanggan setia Dali Coffee Factory. Dalam mempertahankan pelanggan setianya dan mendapatkan pelanggan baru, pihak Dali Coffee Factory harus menerima dan menampung kritik dan saran yang diterima dari keluhan pelanggan setianya. Hal ini dilakukan agar pihak Dali Coffee Factory dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada serta dapat lebih meningkatkan kinerja pelayanan yang lebih baik lagi terhadap konsumennya untuk meningkatkan nilai kepuasan dari konsumen. Berikut pada tabel 1.2 adalah beberapa keluhan yang diterima oleh pihak Dali Coffee Factory dari pelanggan mereka yang telah melakukan pembelian.

Tabel 1.2

Data Keluhan Pelanggan Dali Coffee Factory Karawang

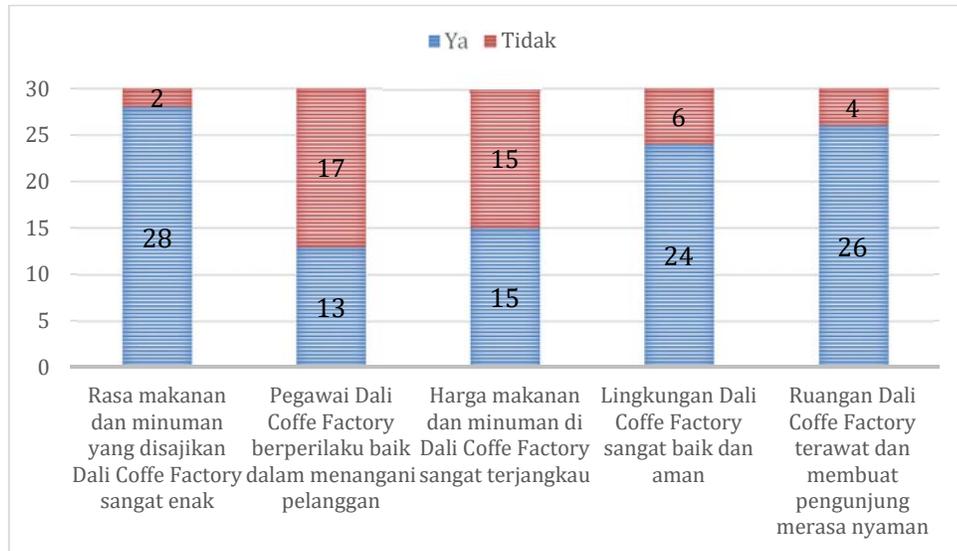
No	Keluhan Pelanggan	Ya	Tidak
1.	Terdapat konsumen yang mengeluhkan karena toilet yang kurang bersih dan tidak wangi	2	28
2.	Kurang memperhatikan kebersihan dan kerapihan meja yang telah dipakai	18	12
3.	Kurangnya tempat duduk yang disediakan, sehingga pelanggan yang datang harus menunggu untuk duduk	20	10
4.	Pelanggan mengeluh pada rasa minuman/kopi yang disajikan tidak selalu sama kualitasnya	9	21
5.	Pesanan yang terkadang tidak sesuai antrian, membuat pelanggan kesal	19	11
6.	Terdapat pelayanan yang salah sewaktu memberikan pesanan yang sudah jadi, sehingga pelanggan harus menunggu lama	24	6

Sumber: Dali Coffee Factory, 2022

Berdasarkan tabel 1.2 telah dilakukan pra penelitian kepada 30 responden yang merupakan pelanggan Dali Coffee Factory, 24 responden merasakan pelayanan yang salah sewaktu memberikan pesanan yang sudah jadi, sehingga pelanggan harus menunggu lama dan 20 responden merasakan kurangnya tempat duduk yang disediakan, sehingga pelanggan yang datang harus menunggu untuk duduk.

Apabila fenomena tersebut dibiarkan ditengah persaingan usaha yang semakin tinggi maka dikhawatirkan setiap bulan atau di tahun berikutnya akan terus terjadi penurunan kunjungan, sehingga tidak mencapai apa yang diharapkan oleh pengelola Dali Coffee Factory. Dari data kritik dan saran diatas pengelola Dali Coffee Factory harus melakukan perubahan dan evaluasi atas apa yang masih kurang, seperti sudah sebaik apa kualitas pelayanan yang diberikan, apakah kualitas layanan yang diberikan sudah memenuhi harapan konsumen sehingga memberikan nilai kepuasan kepada konsumen. Pihak pengelola Dali Coffee Factory seharusnya melakukan survei terhadap konsumennya di Dali Coffee Factory, dan data survei tersebut dapat dijadikan data evaluasi untuk mengetahui keadaan konsumen serta pihak pengelola Dali Coffee Factory juga dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada dan menciptakan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Untuk memastikan apa yang menjadi masalah dan yang mengakibatkan penurunan jumlah konsumen di Dali Coffee Factory, penulis melakukan pra survei kepada 30 responden yang merupakan pelanggan Dali Coffee Factory. Berikut pada gambar 1.3 hasil pra survei yang telah dilakukan.



Gambar 1.3

Pra Survei Kepuasan Konsumen Dali Coffee Factory Karawang

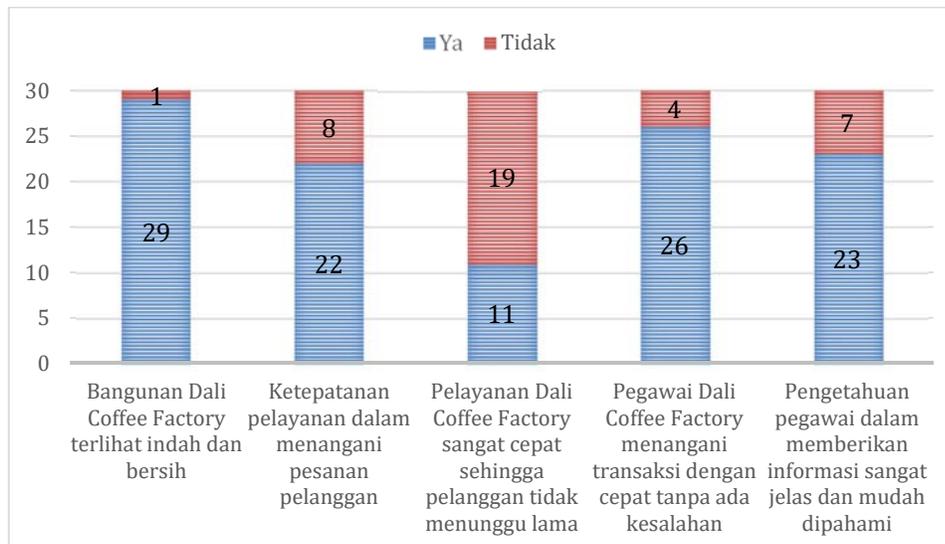
Sumber: Dali Coffee Factory, 2022

Berdasarkan gambar 1.3 telah dilakukan pra survei kepada 30 responden yang merupakan pelanggan Dali Coffee Factory, sehingga dapat disimpulkan 28 responden merasakan makanan atau minuman yang disajikan Dali Coffe Factory sangat enak dan 26 responden merasakan ruangan Dali Coffe Factory terawat dan membuat pengunjung merasa nyaman, akan tetapi masih ada pegawai Dali Coffe Factory berperilaku kurang baik dalam menangani pelanggan.

Dalam memperoleh kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang maksimal. Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang tidak dapat dilepaskan dengan kepuasan konsumen, karena kualitas pelayanan dapat memotivasi pelanggan untuk menumpuk ikatan yang kuat dengan suatu usaha, dan untuk kedepannya ikatan seperti ini memungkinkan suatu usaha secara cermat untuk menafsirkan harapan serta apa yang menjadi keperluan bagi pelanggan (Dewi dkk, 2019: 241). Ketika sebuah bisnis kuliner memberikan suatu pelayanan yang tidak menyenangkan akan menyebabkan pelanggan tidak puas dan berpindah kepada produk lain. Oleh sebab itulah kualitas pelayanan itu tidak boleh dikesampingkan dalam sebuah usaha, karena akan berdampak kepada keunggulan kompetitif suatu bisnis.

Pelayanan yang maksimal akan mampu memenuhi harapan pelanggan dan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan. Sesuai dengan hasil penelitian Henry Eko Siagian, Rudi Wahono dan Meta Erlita (2020) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di bravo resto” menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan menurut penelitian dari Abdul Gofur (2019) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan” menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian lain yang dilakukan oleh Donny Arif dan Ratna Ekasari (2020) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen” menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting dalam proses kepuasan konsumen karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, maka dari itu untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan di Dali Coffee Factory, peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden yang merupakan pelanggan di Dali Coffee Factory. Berikut pada gambar 1.4 hasil pra survei yang telah dilakukan.



Gambar 1.4
Pra Survei Kualitas Pelayanan Dali Coffee Factory Karawang
Sumber: Dali Coffee Factory, 2022

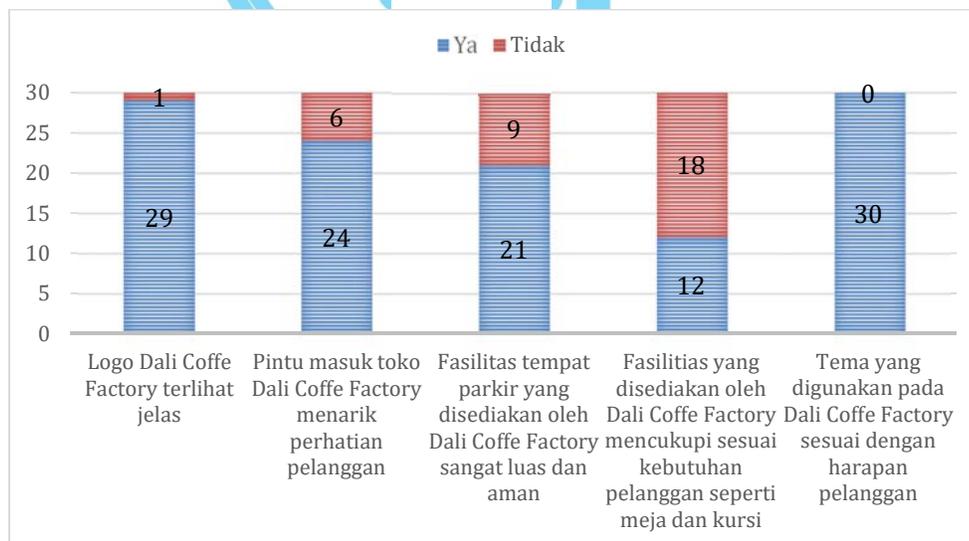
Berdasarkan gambar 1.4 telah dilakukan pra survei kepada 30 responden yang merupakan pelanggan Dali Coffee Factory, terdapat 29 responden merasakan bangunan Dali Coffee Factory terlihat indah dan 26 responden merasakan pegawai Dali Coffee Factory menangani transaksi dengan cepat tanpa ada kesalahan akan tetapi 19 responden merasakan pelayanan Dali Coffee Factory sangat lama sehingga pelanggan harus menunggu.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah *store atmosphere*. Suasana toko (*store atmosphere*) mempengaruhi kondisi emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Kondisi emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan. Maka dari itu *store atmosphere* merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pelaku bisnis kuliner menyadari bahwa seorang pelanggan menginginkan *store atmosphere* yang nyaman, menyenangkan dan memudahkannya ketika berbelanja. Lamb dkk (2017:105) mendefinisikan *store atmosphere* sebagai kesan keseluruhan yang disampaikan oleh tata letak fisik toko, dekorasi, dan lingkungan sekitarnya. Peran *store atmosphere* ini efektif tidak hanya secara langsung membujuk pelanggan

untuk membeli, namun secara tidak langsung juga membujuk mereka untuk melakukan pembelian ulang. Suasana toko yang unik dan menarik bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan membeli. Menurut penelitian yang dilakukan Isra Sumayyah (2019) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada 404 eatery and coffe Jakarta Timur” menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada 404 eatery and coffe Jakarta Timur.

Selain mempengaruhi perilaku pelanggan, *store atmosphere* dapat memberikan nilai tambah tersendiri terhadap produk-produk yang dijual pada sebuah toko. *Store atmosphere* yang dirancang dengan baik terbukti menjadi pembeda utama dan menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan, karena pelanggan dapat membedakan antara perusahaan satu dengan perusahaan lain melalui karakteristik fisik yang dimiliki oleh masing-masing toko.

Untuk mengetahui bagaimana *store atmosphere* di Dali Coffee Factory, peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden yang merupakan pelanggan di Dali Coffee Factory. Berikut pada gambar 1.5 hasil pra survei yang telah dilakukan.



Gambar 1.5
Pra Survei Suasana Toko Dali Coffee Factory Karawang
Sumber: Dali Coffee Factory, 2022

Berdasarkan gambar 1.5 telah dilakukan pra survei kepada 30 responden yang merupakan pelanggan Dali Coffee Factory, terdapat 30 responden merasakan tema yang digunakan pada Dali Coffee Factory sesuai dengan harapan pelanggan dan 29 responden merasakan logo Dali Coffee Factory terlihat jelas, akan tetapi 18 responden merasakan fasilitas yang disediakan oleh Dali Coffee Factory belum cukup seperti meja dan kursi.

Dengan *store atmosphere* yang menarik tentunya akan memberikan kesan yang nyaman pada pelanggan. Jika suasana restoran yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapan konsumen, maka kepuasan konsumen akan tercipta, tetapi jika suasana restoran yang tersedia tidak membuat konsumen nyaman atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka kepuasan konsumen tidak akan tercipta.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Dali Coffee Factory Karawang)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan oleh penulis di atas. Penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian di Dali Coffee Factory, adalah sebagai berikut:

1. Menurunnya konsumen yang datang ke Dali Coffee Factory pada bulan Juni tahun 2021
2. Kurangnya tempat duduk yang disediakan, sehingga pelanggan yang datang harus menunggu untuk duduk.
3. Terdapat pelayanan yang salah sewaktu memberikan pesanan yang sudah jadi, sehingga pelanggan harus menunggu lama.
4. Pesanan yang terkadang tidak sesuai antrian, membuat pelanggan kesal.
5. Kurangnya memperhatikan kebersihan dan kerapian meja yang telah dipakai.

6. Masih ada pegawai Dali Coffe Factory yang berperilaku kurang baik dalam menangani pelanggan.
7. Pelayanan Dali Coffee Factory sangat lama sehingga pelanggan harus menunggu.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dan mengingat keterbatasan waktu maka penelitian ini di fokuskan pada beberapa permasalahan yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Adapun pembatasan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bidang ilmu yang diteliti adalah Manajemen khususnya Manajemen Pemasaran
2. Tema kajian yang akan diteliti adalah kualitas pelayanan, suasana toko dan kepuasan konsumen
3. Responden pada penelitian ini adalah pelanggan Dali Coffee Factory
4. Metode analisis data menggunakan metode analisis regresi linear berganda
5. Alat bantu analisis menggunakan SPSS.
6. Penelitian ini dilakukan di Dali Coffee Factory

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Dali Coffee Factory?
2. Bagaimana suasana toko pada Dali Coffee Factory?
3. Bagaimana kepuasan konsumen pada Dali Coffee Factory?
4. Apakah terdapat pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Dali Coffee Factory?
5. Apakah terdapat pengaruh parsial suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada Dali Coffee Factory?
6. Apakah terdapat pengaruh simultan kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada Dali Coffee Factory?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya dan rumusan masalah, maka maksud dan tujuan ini adalah:

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan kualitas pelayanan pada Dali Coffee Factory
2. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan suasana toko pada Dali Coffee Factory
3. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan kepuasan konsumen pada Dali Coffee Factory
4. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan besaran pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Dali Coffee Factory
5. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan besaran pengaruh parsial suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada Dali Coffee Factory
6. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan besaran pengaruh simultan kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada Dali Coffee Factory

1.6 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan sumber informasi, secara umum terdapat dua hal utama dalam manfaat penelitian ini. Pertama secara Teoritis dan kedua secara Praktis.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menambah ilmu pengetahuan dalam bidang yang di teliti serta mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang peneliti miliki untuk masyarakat secara umum tentang pengaruh kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi bahan studi ilmiah untuk menambah wawasan mahasiswa dan diharapkan dapat menjadi pengetahuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

1.6.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini adalah :

1. Menambah khasanah pengetahuan dan pemahaman serta dapat dijadikan sebagai referensi pengetahuan, bahan diskusi dan bahan kajian lanjutan bagi pembaca tentang masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, suasana toko dan kepuasan konsumen.
2. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi penambah wawasan tentang pentingnya kualitas pelayanan, suasana toko dan kepuasan konsumen.

